

Сучасний маркетинг – це система організації діяльності фірми по розробці, виробництву і збуту товарів (послуг) на основі комплексного вивчення ринку і реальних запитів покупців з метою отримання стійких доходів. Маркетингова діяльність здійснюється на основі комплексного дослідження ринку. Основним принципом маркетингу є орієнтація кінцевих результатів виробництва на вимоги і побажання споживачів. З одного боку, це означає, що вся діяльність компанії, у тому числі формування її виробничої програми, науково-технічні дослідження, інвестування, фінансові, трудові та інші економічні ресурси повинні ґрунтуватися на глибоких і достовірних знаннях споживачього попиту і його змін. З другого боку, важлива активна дія на ринок та існуючий попит, на формування потреб і купівельних переваг.

Проаналізувавши дані з різних джерел, ми умовно виділили такі основні групи напрямків удосконалення маркетингової діяльності підприємств: розробка нової маркетингової стратегії, створення ефективнішої рекламної кампанії (зміна засобів поширення реклами і/або зміст рекламних оголошень), правильний вибір цільової аудиторії, удосконалення конкретних маркетингових бізнес-процесів, впровадження маркетингових інновацій, глибше дослідження споживчого тренду, фокусування на максимальному задоволенні потреб споживачів, оптимізація комунікаційного процесу із споживачем.

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг. [Підручник] /С.С. Гаркавенко. - Київ: Лібра, 2006.– 720с.

2. Гнатенко М.К. Основи менеджменту та маркетингу: Навч. посібник / О.А. Карлова, С.І. Плотницька, М.К. Гнатенко. Харків: «Друкарня Мадрид», 2016. – 228 с.

3. Старостіна А.О. Маркетинг: [Навч. посіб.] – 2-ге вид., переробл. і доп./ А.О.Старостіна, О.В.Зозульов— К.: Знання-Прес, 2003. – 326с.

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

Норцов Р.Є.

Науковий керівник – Гнатенко М.К., канд. екон. наук, ст. викладач

Розвиток туризму в Україні істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, і є одним з найбільш перспективних напрямків економіки.

На сьогоднішній день частка туризму налічує приблизно 10% світового валового національного продукту (ВНП), 11% світових споживчих витрат, 5% загальних податкових надходжень, 7% обсягу інвестицій і третю частину світової торгівлі послугами.

Що стосується безпосередньо України, від функціонування туристичного ринку залежить життєдіяльність приблизно 40 галузей економіки країни, а також 10-15% її населення.

Також, важливо зазначити, що туризм є одним з небагатьох сфер діяльності, де залучення нових технологій не призводить до скорочення числа працівників. Витрати на формування одного робочого місця в цій сфері в 20 разів менше, ніж в промисловості, а оборот інвестиційного капіталу, в порівнянні з іншими галузями господарства, в 4 рази вище. На даний момент в туристичній сфері України задіяно близько 10% населення.

За підрахунками фахівців, частка туризму у ВВП України менше 2%, а в розвинених країнах світу цей показник досягає 5-8%, (в деяких державах навіть 50%). Частка доходів від туристичної галузі, наприклад, в Швеції, вже перевищує частку в ВВП автомобільної промисловості.

Як і для багатьох європейських країн, де найбільш потужними є туристичні потоки між сусідніми державами, так і для України, на перспективу, сукупна частка туристичного обміну з Росією, Білоруссю і Молдовою буде коливатися в межах 60% в загальних обсягах туристичних потоків.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на наступні десять років, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм - це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Одним з найважливіших факторів, що впливає на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, є добробут населення. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком і особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже відчутний до змін в економіці. При стабільності цін зростання особистого споживання на 2,5% збільшує витрати на туризм на 4%, а зростання особистого споживання на 5% - на 10%.

Сьогодні відсутня скоординована висококваліфікована і грамотна система дій з виведення туристичного продукту нашої країни на світовий ринок, яка давала б відчутні результати. Поряд з цим, не можна не помітити, що низький рівень обслуговування туристів обумовлений загальною кваліфікацією працівників цієї сфери. В Україні практично відсутня відповідна система для підготовки, а також перепідготовки кадрів у сфері туризму і чіткі, відповідні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги.

Україна має величезний туристичний потенціал, але, на жаль, використовуємо його не дуже ефективно. Причини цього полягають у непростій соціально-економічній ситуації в країні, в неврегульованості системи стимулювання туристичної індустрії, а також у відсутності ефективної стратегії розвитку галузі на національному та регіональному рівнях.

Природні багатства України дають можливість розвиватися зеленому туризму. Такий вид туризму залучає жителів мегаполісів можливість ознайомитися з сільською культурою, традиціями, народними ремеслами.

Сьогодні для українського туристичного ринку можливо як залучення іноземних споживачів, так і розвиток внутрішнього туризму. Вони дозволять створити міцну базу, на основі якої можна надалі зміцнювати позиції на світовому рівні.

Досягнення сприятливого соціально-економічного впливу туризму на суспільство є важливою стратегічною метою як розвинених держав, так і країн, що розвиваються.

Актуальним і перспективним є подальше вивчення міжнародного досвіду управління в сфері туризму, дослідження ролі недержавного сектора, питань сталого розвитку та механізмів стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності в сфері туризму в контексті глобального розвитку сучасності.

Розвиток туризму в Україні особливо важливий, оскільки саме завдяки цій сфері можна поліпшити соціально-економічну ситуацію в країні. З огляду на це, держава повинна сприяти міжнародному співробітництву і створенню економічних і організаційно-правових основ становлення туризму як прибуткової галузі економіки України

ЗАСТОСУВАННЯ PR- МЕТОДІВ В ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОЇ КОМПАНІЇ

Озеров О.О.

Науковий керівник – Гнатенко М.К., канд. екон. наук, ст. викладач

Будівельна галузь є одним із найважливіших елементів економічної системи. Від її розвитку залежить соціально-економічне становище держави, забезпечення населення необхідним житлом та розширене відтворення основного капіталу підприємств.

На даний час в Україні будівельна продукція як об'єкт маркетингу є найменш дослідженою, але разом з тим про- дається, купується, здається в оренду, а значить потребує відповідних маркетингових зусиль. Тому доцільним є застосування системи ефективного маркетингу в